

اقتصاد دانایی

■ محسن عارف

■ اگر امکان دارد، ابتدا کمی راجع به اقتصاد دانش بنیان و وضعیت آن در ایران توضیح دهید و بفرمایید نهادینه کردن اقتصاد دانش بنیان به چه الزاماتی نیاز دارد؟

اقتصاد دانش بنیان مفهوم جدیدی در حیطه فعالیت ماست. بقیه کشورهای دنیا، وقتی از اقتصاد مبتنی بر منابع حرکت کردند، قبل از هر چیز، مسیر اقتصاد مبتنی بر تولید را گذرانده و پس از آن بسیاری از این کشورها به اقتصاد مبتنی بر دانایی یا دانش رسیده بودند که ما متأسفانه این مفهوم را مساوی علم برداشت کرده ایم. ما در کشورمان اقتصاد دانش بنیان را با دانایی برابر و آن را با علم - به دلیل نداشتن ترمینولوژی صحیح - هم تراز دانسته ایم. ولی اول از همه باید قبول کرد که اقتصاد دانش بنیان یک ماهیت اقتصادی - اجتماعی دارد و وقتی از آن حرف می زنیم، در واقع انتخاب می کنیم که توسعه اقتصاد کشورمان را بر چه مبنایی قرار دهیم. بنابراین ما از مقوله های فراتر از توسعه علم و فناوری حرف می زنیم. وقتی سخن از اقتصاد دانش بنیان می شود، منظور ایجاد ثروت و تعاملات اجتماعی بین کنشگران این اقتصاد است؛ مثل شرکت ها، بانک ها، بیمه ها، گمرک، تامین اجتماعی و استاندارد. در نظام ملی نوآوری به موارد بسیاری پرداخته می شود که البته هر یک از این موارد دارای زیرنظام های خاص خود نیز هستند. مثلاً در نظام ملی نوآوری یک زیرنظام استاندارد تامین مالی داریم. در بسیاری از مواقع، در کشورمان این دو را معادل هم در نظر می گیریم. رشد علمی کشور شاید در برخی موارد ابزار لازم برای رشد اقتصاد دانش بنیان باشد، اما هیچ گاه با آن معادل و مساوی نیست. اگر بنا بر این باشد که مدل کنونی، الگوی توسعه کشور باشد، آن وقت گسترش اقتصاد دانش بنیان، مانند هر کار دیگری که باید بشناسیم و بیذریبیم، الزاماتی خواهد داشت. باید قبول کنیم وقتی اقتصاد دانش بنیان را به کار بگیریم که محل درآمد قابل توجهی برای کشور باشد در غیر این صورت نمی توان به آن اقتصاد گفت. کشوری را فرض کنید که تعدادی گردشگر دارد. تنها در صورتی می توان ادعا کرد این کشور اقتصاد گردشگری دارد که میزان این اقتصاد و تعداد گردشگرانی که به آن وارد می شوند، قابل توجه باشد. به عنوان مثال، اگر گاهی تعدادی توریست به کشورمان بیایند و بروند و گردشگری تنها سهم ناچیزی از اقتصاد ما داشته باشد، نمی توانیم بگوییم به معنای واقعی اقتصاد گردشگری داریم؛ حتی اگر در مقطعی نیز - مانند الان - تعداد گردشگرانی که به کشورمان می آیند، زیاد باشد. معمولاً این طور نیست که در برنامه بودجه سالانه بگوییم این مقدار مشخص از محل گردشگری درآمد داشته ایم. اقتصاد دانش بنیان، برای این که به این موقعیت برسد، باید سهم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی (GDP) ما داشته باشد.

■ آیا آماری وجود دارد که بدانیم سهم اقتصاد دانش بنیان در تولید ناخالص داخلی ما چقدر است؟

هنوز آمار دقیقی از وضعیت اقتصاد دانش بنیان در کشورمان نداشته ایم. در سند توسعه علمی کشور حکمی وجود دارد که در آن به صراحت عنوان شده ۵۰ درصد تولید ناخالص ملی ما در سند چشم انداز توسعه ۱۴۰۴ باید از طریق تولید محصولات دانش بنیان، اعم از کالا و خدمات، تامین شود. این عدد بسیار بزرگ است و اگر واقعا و به طور جدی اعتقاد داریم که اقتصاد دانش بنیان باید مدلی برای توسعه کشورمان باشد باید تمام

دکتر محمود شیخ زین الدین، معاون تجاری سازی و نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، معتقد است اگر قصد داریم مدل اقتصادی مبتنی بر اقتصاد دانش بنیان را جایگزین اقتصاد مبتنی بر نفت کنیم باید عادات، رفتارها و انتخاب هایمان را تغییر بدهیم و مردم ما باید اراده انجام این کار را داشته باشند چرا که در اقتصاد دانش بنیان، بازیگران اصلی مردم هستند. وی همچنین تصریح می کند در سند چشم انداز توسعه ۱۴۰۴ بیش بینی شده ۵۰ درصد تولید ناخالص داخلی (GDP) کشور باید از طریق محصولات دانش بنیان تامین شود که این رقم قابل توجهی خواهد بود. برای نیل به این هدف نیز همکاری همه دستگاه های اجرایی اعم از بخش خصوصی، نهادهای عمومی، تعاونی و دولتی باید فعال شوند و دولت نیز باید به عنوان ناظر و هادی، نقش سکандار اقتصاد دانش بنیان را ایفا کند. او در گفت و گو با دانش بنیان، ضمن کالبدشکافی اقتصاد دانش بنیان، آن را با اقتصاد مقاومتی نیز مقایسه کرده است.

این اقتصاد را دانش بنیان بنامیم، با اقتصادی مواجه خواهیم بود که کالا و خدمات جابه‌جا شده در آن از جنس نوآوری و دانایی است.

■ مردم چه نقشی می‌توانند در توسعه اقتصاد دانش بنیان ایفا کنند؟

وقتی می‌گوییم مردم باید در اقتصاد دانش بنیان دخالت داشته باشند، باید فعالیت‌های آن‌ها را به نوعی ساماندهی کرد. تبلور این موضوع، شرکت‌های ش‌بنیان هستند. شرکت‌های دانش بنیان تبلور اجتماعی حضور مردم در فعالیت و روش توسعه‌ای هستند که ما به آن، اقتصاد دانش بنیان می‌گوییم. در تحقق اقتصاد دانش بنیان یک اصل مهم این است که اراده ما توسعه کشور باشد. اگرچه برنامه‌ریزی آن جزو وظایف دولت است، اما توسعه یک کشور کاری نیست که تنها به عهده دولت

یا بخش خصوصی باشد، بلکه وظیفه همه احاد ملت است و موفقیت در اجرای آن به نحوه عملکرد مردم بستگی دارد. اگر قصد داریم مدل اقتصادی مبتنی بر اقتصاد دانش بنیان را جایگزین اقتصاد مبتنی بر نفت کنیم باید عادات، رفتارها و انتخاب‌هایمان را نیز تغییر بدهیم. به هر حال، مردم ما باید این اراده را داشته باشند. البته واقعیت‌های اقتصادی امروز جهان ناخواسته همه ما را مجبور می‌کند که به این سمت برویم. قیمت نفت به بشکه‌ای ۴۳ تا ۴۵ دلار رسیده و حتی برخی قیمت‌هایی پایین‌تر از این را هم پیش‌بینی کرده‌اند. بنابراین، این دیگر یک انتخاب نیست و ما خواه ناخواه باید به این سمت برویم. ولی این هم الزاماتی دارد و آن هم این است که ما و مردم ما اراده کنند و بپذیرند که باید روش دیگری برای کسب درآمد در کشور به کار گرفته شود.

■ چگونه می‌توان افکار عمومی را برای پذیرش این نوع اقتصاد آماده کرد؟

در وهله اول مساله مهم اراده عمومی است. ما باید این اراده عمومی را برانگیزیم. ما باید واقعیات اقتصادمان را بیشتر با مردم در میان بگذاریم. یعنی یک بخش آن اطلاع‌رسانی و آگاهی دادن است. می‌توان گفت نبود آگاهی از مباحث فرهنگی مربوط به اقتصاد دانش بنیان، مشکل اساسی ماست. به عنوان نمونه، وقتی در کشور حرف از ثبت نام برای دریافت یارانه می‌شود، ناگهان می‌بینیم شمار افرادی که ثبت نام کرده‌اند، بیش از تعداد رسمی اعلام شده در نفوس است و این نشان می‌دهد که این اراده به درستی وجود ندارد. دلیل آن خواه نبود اطلاع‌رسانی باشد یا هر علت دیگری، این نشان می‌دهد که هنوز برای پذیرش اقتصاد

فعالیت‌های خود را به تحقق این هدف معطوف کنیم. به هر حال، این هدف معلوم شده و ممکن است نقدهایی هم به آن وجود داشته باشد، ولی این تنها هدف کمی شناخته شده مربوط به این حوزه است و باید چنین عملی شود. البته ما هنوز نتوانسته‌ایم بازیگران اصلی عرصه اقتصاد را آن‌طور که باید و شاید درگیر این موضوع کنیم. البته قدم‌های خوبی برداشته شده است، ولی کافی نیست. گرچه برخی از قدم‌هایی که برداشته‌ایم، خیلی خوب جواب داده است. مثلاً گمرک امروز با اهداف ما همراه شده است. امروز می‌توان قاطعانه اعلام کرد که گمرک جمهوری اسلامی با اقتصاد دانش بنیان همراهی خوبی دارد، ولی این کافی نیست و باید در بسیاری از زمینه‌های دیگر هم این اقدامات صورت گیرد. واقعیت این است که ما هر وقت حرف از اقتصاد دانش بنیان می‌زنیم، منظور جنبه اجتماعی آن است. اقتصاد دانش بنیان ماهیتی اقتصادی - اجتماعی دارد بنابراین فعالان در این اقتصاد عموم مردم هستند. مثلاً در اقتصاد ورزش تنها فوتبالیست‌ها دخالت ندارند، بلکه افراد مختلفی فعالیت دارند. یک فوتبالیست فقط جزئی از اقتصاد ورزش است. در اقتصاد دانش بنیان هم، به همین ترتیب، باید عموم مردم فعالیت داشته باشند. یعنی باید بخش خصوصی، با بهتر بگوییم، غیردولتی فعالیت داشته باشد. در این اقتصاد، هر فردی که فعالیت اقتصادی کلان دارد، باید مورد توجه قرار گیرد؛ چه نهادهای عمومی، چه بخش خصوصی و چه بخش تعاونی، در واقع باید به طور جدی فعال شوند. ضمن این که دولت این بار دیگر نباید اشتباهات قبلی را تکرار کند، بلکه تا آن جا که می‌تواند باید نقش ناظر و هدایت کننده را بر عهده بگیرد و - به اصطلاح - سکانتار باشد تا مجری یا عمل کننده. اگر بخواهیم

دانش بنیان اراده نکرده‌ایم. امروز کسانی که باید در مورد اقتصاد دانش بنیان قانون گذاری و آن را اجرا کنند، باید برخی تصمیمات سخت بگیرند که طبیعتاً این تصمیمات زیاد عامه پسند نیست.

یک مثال ساده می‌زنم. دانشگاه‌های ما هنوز وابستگی جدی به درآمدهای دولتی و نفتی دارند و اگر این مسیر ادامه یابد، نباید انتظار داشت شرایط دانشگاه‌هایمان هم تغییر کند. صنعت ما هم عادت کرده همراه با پولی که برای تجهیزات پرداخت می‌کند، دانش فنی‌اش را هم وارد کند. در مقابل، بازار ما و همه ضوابط و قواعد آن نیز طوری تعریف شده که طبق آن کسی تجهیزاتی را وارد و تاسیساتی راه‌اندازی کند، همه این‌ها نشان می‌دهد که ما بسترهای حقوقی و قانونی لازم را برای اقتصاد دانش بنیان نداریم که به جد باید به آن بپردازیم و این بستر را ایجاد کنیم. مثلاً اگر الان شما قصد داشته باشید از بهترین و معتبرترین شرکتی که تکنولوژی روز را دارد اقدام به انتقال تکنولوژی کنید و بخواهید این فعالیت خود را برای کسی توضیح دهید، آن‌ها متوجه نمی‌شوند که منظور شما از انتقال تکنولوژی دقیقاً چیست بنابراین ترجیح می‌دهید گزینۀ راحت‌تر، یعنی خرید تجهیزات را انتخاب کنید.

■ **یعنی معتقدید این بحث، یعنی انتقال تکنولوژی، هنوز برای بانک‌ها جان‌نیفتاده است؟**

نه تنها برای بانک‌ها، بلکه برای هیچ‌کس جان‌نیفتاده است. مثلاً در حال حاضر مناقصه‌ای برای انتقال تکنولوژی برگزار نمی‌کنیم و به درستی نمی‌دانیم برای آن چه میزان اعتبار لازم است در حالی که به راحتی می‌توانیم مناقصه برگزار کنیم و ماشین‌آلات و تجهیزات لازم را بخریم. در واقع، در محتوا، یعنی داشتن دانایی مورد نیاز، مشکل داریم.

اقتصاد دانش بنیان یک ماهیت اقتصادی-اجتماعی و یک روش یا مدل توسعه جدید در دنیا است که از دهه هشتاد میلادی غالب شده است و در بسیاری از کشورهای دنیا الزامات خاص خودش را دارد. اگر ما بخواهیم در آن موفق باشیم، به جز بحث علم و فناوری، باید سرانجام حقوقی و قانونی لازم برای این جنس اقتصاد هم برویم. این جنس اقتصاد به گونه‌ای است که در آن میزان دارایی ملموس و مشهود نیست. در این اقتصاد، دارایی ناملموس است و سرمایه اصلی در آن نیز انسانی (Human Capital) و فکری است. ما باید به این موضوع توجه داشته باشیم و دنبال ملاحظات مربوط به آن باشیم.

■ **ارتباط اقتصاد دانش بنیان با اقتصاد مقاومتی را چطور می‌بینید؟ آیا اقتصاد دانش بنیان می‌تواند بستر ساز اقتصاد مقاومتی باشد؟**

در مورد اقتصاد مقاومتی هنوز باید کارهای ثنوریک و مبنایی سنگینی انجام شود. یعنی اول ببینیم اقتصاد مقاومتی دقیقاً چیست و بعد چطور می‌خواهیم آن را اجرا کنیم. ابتدا باید تجربه‌های این موضوع روی آن کار کنند. اما یکی از مولفه‌های اصلی اقتصاد مقاومتی، اقتصاد دانش بنیان است. در اقتصاد مقاومتی باید در نحوه ایجاد ثروت و درآمد برای کشور و منابع آن تنوع داشته باشیم. یکی از این موارد، اقتصاد دانش بنیان است. ما در اقتصاد دانش بنیان اتکا و وابستگی خود را برای انجام فعالیت به سایرین کمتر می‌کنیم و به جای منابع، به نیروی انسانی خودمان تکیه می‌کنیم. به تدریج در حال کار کردن روی مولفه‌هایی هستیم که کمتر دچار آسیب می‌شوند.

در خیلی از سخنرانی‌ها، به خصوص در سخنرانی‌هایی که مقام معظم رهبری داشته‌اند، یکی از مولفه‌های اصلی اقتصاد مقاومتی، اقتصاد دانش بنیان معرفی شده است. دلیلش هم این است که اقتصاد دانش بنیان به اقتصاد تنوع می‌بخشد و آن را از ضربه‌پذیری مصون می‌کند.

متأسفانه عمده راهبردهایی که بعد از انقلاب اسلامی داشته‌ایم، محدود به عرضه یک محصول دانش بنیان بوده در حالی که مشکل عمده ما این است که در بخش تقاضا کمتر کار کرده‌ایم. یعنی در ایجاد تقاضا برای محصولات دانش بنیان فعالیت چندانی نداشته‌ایم. همان‌طور که پیش‌تر اشاره کردم، قوانین، مقررات و دستورالعمل‌های ما به گونه‌ای تنظیم نشده‌اند که محصول دانش بنیان در داخل کشور تولید کنیم، بلکه عمدتاً به گونه‌ای تنظیم شده‌اند که ما محصولی را از خارج وارد کنیم. البته، در بسیاری از اوقات هم ما اصلاً احساس نمی‌کنیم که به یک محصول با فناوری متوسط یا بالا نیاز داریم. برای مثال، ما سال‌ها برای بسیاری است که از اتومبیل‌هایی استفاده می‌کنیم که به تکنولوژی کم کردن یا کنترل آلاینده‌های هوا مجهز نیستند. دلیل این مسأله توجه نکردن ما به منابع بین نسلی ماست و این که هیچ قیمت و ارزشی برای آن تعیین نکرده‌ایم. اگر ما به تغییرات زیست‌محیطی و اثرات جدی این تغییرات بر آینده‌مان توجه داشتیم، قطعاً به گونه دیگری رفتار می‌کردیم. در بحث خشکسالی و استفاده از منابع آبی یا در بحث کیفیت هوا، دلیل اصلی این که به سراغ تکنولوژی روز نمی‌رویم این است که از یک سو ارزش منابع را درک نکرده‌ایم و از سوی دیگر نیز هنوز این مسأله برایمان مهم نشده است. بنابراین آن قدر این مسأله را به حال خود رها می‌کنیم و به تدریج به حدی بزرگ می‌شود که دیگر به هیچ طریقی نمی‌توان آن را جمع و جور کرد. البته، خیلی اوقات هم ما احساس نیاز و اهمیت آن را درک می‌کنیم، اما این اتفاق اغلب در نیازهای دم‌دستی‌تر نظیر واکسن رخ داده می‌دهد. در مورد واکسن و برخی داروها یا تجهیزات مخابراتی و بسیاری از اقلام دیگر، نیاز خود را به صورت سنتی از خارج از کشور تامین می‌کنیم که این هم دلایل متنوعی دارد.

■ **واردات محصولات دانش بنیان چه وضعیتی دارد؟**

در حال حاضر حدود ۱۰ تا ۱۴ درصد واردات ما را آن دسته از محصولاتی تشکیل می‌دهند که به آن‌ها محصولات دارای فناوری برتر یا High Tech می‌گوییم، ولی بخش بسیار بزرگی از واردات ما محصولات دارای فناوری‌های متوسط یا Mid Tech هستند. ما کمابیش برای تولید محصولات (اعم از کالا یا خدمات) با فناوری متوسط با مشکل علمی و کمبود فنی و تخصصی مواجه نیستیم. بنابراین ما هم می‌توانیم این تجهیزات را بسازیم. به عبارت دیگر، مشکل ما این نیست که اطلاعات علمی به دستمان برسد، بلکه مشکل از بخش دیگری نشأت می‌گیرد که در این جا الزامات مدیریتی، اقتصادی و مالی مورد نیاز است. به طور مثال، یکی از الزامات آن، اقتصاد مقیاس است. نمی‌شود که یک بخش فعالیت علمی، تحقیقاتی و مبتنی بر فناوری و نیز تولید داشته باشد و پس از ۵ تا ۱۰ سال بتواند محصول کارش را ببیند. همین مثال در مورد تولید خودرو و سایر محصولات در کشور نیز صدق می‌کند، بدین صورت که برای تولید کننده صرف ندارد برای یک سال یک خودروی عمومی نسبتاً ارزان تولید کند، بلکه باید تیراژ تولید در

هر سال و برای هر محصول از میزانی معین بالاتر برود تا هم تولید برای تولیدکننده و هم خرید محصول برای مصرفکننده به صرفه باشد. در بسیاری موارد دیگر نیز هنگامی که محصول از حدی ارزان تر باشد، برای تولیدکننده صرفه تولید ندارد. در این زمان بخصوص که قیمت ارز پایین است، عملاً به واردکننده سوبسید داده می شود که در این صورت صادرات مقرون به صرفه نیست در حالی که تولیدکننده رقیب نیز سالانه یک میلیون از همان محصول را تولید می کند.

■ به نظر شما در این زمان از بُعد تکنولوژی و فنی در این بخش مشکل و کمبودی وجود ندارد؟

در این بخش بیشتر مشکلات اقتصادی، مدیریتی، مالی و پولی و کسب و کار (بیزنسی) است. در بخش اقتصاد مقیاس به نرخ ارز اشاره شد، اما در مورد اقتصاد سرمایه باید بگویم که نباید سرمایه های این بخش گران باشند چرا که در کشور ما چند طبقه وجود دارد و در مقابل نیز نرخ بهره در بانکها زیاد است، از این رو مردم به خود می گویند که برای چه سرمایه گذاری کنند، البته در این بخش ریسک های حساب شده هم وجود دارد که مشکل را تشدید می کند بدین صورت که در نهایت یک سرمایه گذار وقتی پولش را در بانک می گذارد، ۲۱ یا ۲۲ درصد کارمزد دریافت می کند، اما مشخص نیست که اگر به فعالیت تولیدی وارد شود، چه میزان سود می کند زیرا این اطمینان وجود ندارد که آیا می تواند سود ۳۰ تا ۴۰ درصد یا بیشتر کسب کند یا خیر.

متمم کردن بر این موارد، ما را به این فکر فرو می برد که نگاه و راهبرد ما از ابتدای انقلاب تاکنون بیشتر معطوف به عرضه بوده است تا تقاضا. به عبارت دیگر، به این بخش بیشتر از زاویه علمی و فناوری نگاه کرده ایم تا از زاویه بازار و اقتصاد. از این رو باید در این باره تصمیماتی گرفته شود که البته اصلاح آن یک شبه و با تصویب یک قانون میسر نیست، بلکه مسیری است که باید به تدریج طی و روی آن کار شود. یکی از قوانین خوبی که در این زمینه به تصویب مجلس رسیده است، لایحه ای تحت عنوان قانون حمایت از شرکت های دانش بنیان است. در این قانون چند اصل پذیرفته شده است. اولین اصل این است که برای این که در اقتصاد دانش بنیان فعالیت خوبی انجام شود، باید یک شرکت ثبت شود یعنی مبنای «شرکت» قرار داده ایم. در حال حاضر در برخی موارد مخترعان یا همان Invertorها از دولت گلایه دارند و دلیل آن هم این است که در بخش تئوریک ضعف وجود دارد زیرا مخترع کسی نیست که الزاماً تجاری سازی کند، بلکه کسی که کار تجاری سازی می کند، نوآور یا Innovator است. اینورتر با اینوویرتر با یکدیگر متفاوتند از این رو قانون حمایت از شرکت های دانش بنیان تعریف و طی آن اعلام شد که شرط ورود به بخش اختراعات، ثبت شرکت است.

■ این قانون، پتانسیلها را هم در زیر مجموعه قرار می دهد؟
قبول این شرایط، پذیرفتن الزامات بازار است. به طور مثال، هنگامی که فردی می خواهد مسابقه اتومبیلرانی برگزار کند باید الزامات آن مسابقه را به همراه الزامات آموزشی بپذیرد. یعنی فرد باید گواهینامه کسب کند، قوانین و مقررات بازی را بداند و از نحوه داوری مطلع باشد. همچنین، بداند کار را از کجا آغاز کند و برای آمادگی در مسابقه چه مراحل و کلاس هایی را بگذراند. اقتصاد دانش بنیان نیز همین گونه است. فعالان این بازار که بخش

عمده ای از آنها شرکت های دانش بنیان هستند، الزاماتی دارند. اگر فردی می خواهد اختراعی را تجاری سازی کند و به نتیجه برساند، باید یک شرکت داشته باشد زیرا یک نفر نمی تواند این کار را با قبول مسئولیت های اجتماعی اش بپذیرد و انجام دهد، بلکه باید در چارچوب شرکت فعالیت داشته باشد. این شرکت باید توانایی های متنوعی داشته باشد که البته آن ها به توانایی های فنی و علمی معطوف نمی شود و باید توانایی های اقتصادی هم وجود داشته باشد. موسس شرکت باید فعالیت های بازاریابی، مذاکره، عقد قرارداد و چگونگی صادرات محصولاتش را بداند و توانمندی خود را در این زمینه - در کنار سایر توانایی های علمی، فناورانه و کسب و کار - ارتقا دهد.

گاه دیده شده است شرکت ها، کارخانجات و کارگاه هایی وجود دارند که - گرچه محصولات خوبی هم ارائه می دهند - در کسب سود توانایی بالایی ندارند و نمی توانند به سود قابل توجهی برسند. ممکن است این ضعف در نوع بسته بندی، بازاریابی، تبلیغ و سایر موارد نمود داشته باشد. از این رو در قانون حمایت از شرکت های دانش بنیان، این که اصل و مبنای یک شرکت است، پذیرفته شده. اما گاه در این بخش با مخترعان دچار رودربایستی می شویم. باید توجه شود که مخترعان کسانی نیستند که مستقیماً وارد بحث تجاری سازی شوند. آن ها وقتی می توانند به فکر تجاری سازی اختراعات خود باشند که الزامات تجاری سازی و بازار را بپذیرند. یکی از این موارد این است که اقدامات خود را در قالب یک شرکت اجرایی کنند که البته این امر در مورد پژوهشگران و محققان نیز صدق می کند.

■ بازارسازی برای اختراعات چگونه باید صورت بگیرد؟

ما مدام به دنبال تولید محصول بوده ایم و کمتر به بازار فکر کرده ایم. قانون حمایت از شرکت های دانش بنیان دو ماده دارد. یکی از این مواد، مربوط به دستهای از حمایت های مستقیم است؛ مثل حمایت های مالی یا معافیت گمرکی و مالیاتی. ماده دیگر این قانون به مواردی مربوط می شود که در قسمت های قبلی هم به آن ها اشاره شد؛ مثلاً این که شرکت های دانش بنیان بتوانند در مناقصات راحت تر فعالیت کنند. فعالیت هایی که ما در دولت انجام می دهیم، یا امکاناتی که داریم، بیشتر در دسترس بخش خصوصی قرار می گیرد. ما از دو سال پیش، بخش اول را خیلی خوب پیگیری کرده و به نتایج خوبی هم رسیده ایم. یعنی اکنون دبیرخانه تشخیص صلاحیت شرکت های دانش بنیان تشکیل شده است. امروز بیش از ۱۶۰۰ تا ۱۷۰۰ شرکت دانش بنیان داریم. در واقع، توانسته ایم معافیت های مالیاتی و گمرکی را تا اندازه ای اعمال کنیم. حتی تا جایی پیش رفته ایم که اگر فردی در یک شرکت دانش بنیان نقش کلیدی دارد، بتواند خدمت سربازی خود را در همان شرکت پشت سر بگذارد یا معافیت سربازی بگیرد که این اتفاق خوبی است. ولی باید سراغ آن بخش دوم هم برویم که بیشتر فعالیت در حوزه ایجاد بازار و فراهم آوردن شرایط بهتر برای افرادی است که در قالب یک شرکت دانش بنیان قصد فعالیت دارند. از این منظر، باید

یادمان باشد که ما در این جا به دنبال ایجاد رانت یا امتیاز ویژه برای شرکت دانش بنیان نیستیم. در واقع قصد داریم فضای رقابتی را به نفع شرکت های دانش بنیان کمی متعادل تر می کنیم. شرکت دانش بنیان ما در فضایی رقابت می کند که رقبا - مثلا - چینی اش بسیاری از مشکلات آن را ندارند. نخست این که شرکت رقیب، حجم بزرگی از بازار بین المللی را در اختیار دارد بنابراین بسیاری از هزینه های آن سرشکن می شود. دوم این که شرکت رقیب - به عنوان مثال - مالیات بر ارزش افزوده پرداخت نمی کند. سوم این که شرکت رقیب بسیاری از محدودیت های داخلی را که ما داریم، ندارد و با تورم خیلی بالا هم مبارزه نمی کند. بنابراین ما مجبوریم شرایط را طوری تغییر بدهیم که تعادل به وجود بیاید. پس این دادن امتیاز ویژه به شرکت های دانش بنیان در کشور نیست. لابد می پرسید چرا باید این کار را کرد؟ چون به طور خاص در کشور ما این تضمین وجود ندارد که وقتی به توان خارجی اتکا می کنیم، این همکاری همیشگی باشد و ادامه پیدا کند. از طرف دیگر نیز ما طیف عظیمی سرمایه انسانی و فارغ التحصیلان دانشگاهی داریم که این مساله ترکیب افراد جویای کار ما را تغییر داده است. بنابراین ما هم مجبور هستیم به این سمت برویم. هر چقدر هم ما در مواردی که از آن ها با عنوان حمایت مستقیم - مانند حمایت های مالیاتی و گمرکی - یاد کردیم، موفق عمل کنیم، اگر شرکت های دانش بنیان نتوانند وارد بازار شوند، این حمایت ها راه به جایی نخواهد برد و آن ها نمی توانند حتی تسهیلاتی را هم که از ما گرفته اند، بازگردانند. بنابراین ما به یک فضای کسب و کار دانش بنیان یا اصطلاحا یک زیست بوم یا اکوسیستم مناسب دانش بنیان نیاز داریم که در آن افراد بتوانند به راحتی محصول دانش بنیان خود را عرضه کنند.

در واقع، این جا صحبت از شرکتی است که دانایی لازم را برای تولید محصول خود، اعم از کالا و خدمات، دارد به همین دلیل، در کشور ما باید این شرکت با شرکتی که صرفا آن محصول را از جایی وارد می کند و تنها به فروش می رساند و نصب می کند، فرق داشته باشد. ما در این جا در واقع دارایی ناملموس را به رسمیت می شناسیم که این نکته مهمی است و در مورد قانون حمایت از شرکت های دانش بنیان به آن توجه می کنیم. ما امروز در بیش از ۳۰ تا ۳۳ پارک علم و فناوری حدود ۱۶۰ مرکز رشد و تعداد زیادی شرکت های دانش بنیان داریم، ولی اکثر این شرکت ها معتقدند مساله اصلی آن ها ایجاد بازار است که حرف آن ها نیز درست و منطقی است. ما باید بتوانیم برای این ها بازار به وجود بیاوریم و مسیر را باز کنیم پس این یکی از موارد مهم برای توسعه شرکت های دانش بنیان است.

نکته دیگری که می خواهیم به آن بپردازیم، این است که ما در حوزه اقتصاد دانش بنیان به تجاری سازی فناوری هایی که در اختیار داریم، یعنی به نوآوری های فناورانه، توجه کرده ایم در صورتی که ما یک سری نوآوری - مثلا در کسب و کار - هم داریم که شاید الزاما فناورانه نباشند، ولی به شدت می توانند مشکلات کلان کشور را حل و ثروت تولید کنند. روش هایی که ما اکنون در خرید های الکترونیکی و بر مبنای آی تی (IT Based) داریم، نوآوری های اصطلاحا فناورانه نیستند. نرم افزاری که این کار را

می کند نیز چیز پیچیده و عجیبی نیست. این یک نوآوری در نحوه کسب و کار است. برای مثال، می توانیم کیفیت روش های ارائه خدمات معمولی کنونی را با تکنیک هایی نظیر ایجاد برندها که در خارج از کشور به آن اصطلاحا «فرانشیز» می گویند، بالا ببریم و در عوض قیمت ها را پایین بیاوریم. مثلا خدمتی مانند تعویض روغن خودروها را در نظر بگیرد. اگر بتوانیم مثلا دو هزار مرکزی که این خدمات را ارائه می دهند در یک قالب و به صورت مجتمع گرد هم آوریم، استانداردها و کیفیت بالا می رود. در این صورت مطمئن می شوید اگر به هر یک از شعب آن در هر نقطه از کشور مراجعه کنید، در نهایت با کیفیت یکسانی مواجه خواهید بود. از سوی دیگر، قیمت ها هم به دلیل حجم بالای خرید یا دریافت خدمات پایین می آید. این ها مواردی نیست که از آن غافل شویم. یادمان نرود که اقتصاد دانش بنیان، اقتصاد مبتنی بر نوآوری است و اقتصاد مبتنی بر علم صرف نیست، بلکه اقتصاد مبتنی بر دانایی است و ما باید به این نکته توجه کنیم. امروز در کشورمان نمونه های خوبی برای این موضوع داریم که حداقل می تواند به ما جهت و امید بدهد.

یکی از بحث هایی که امروز در کشورمان مطرح و فراگیر شده، همین استارت آپ هاست که این گونه ایده ها و نوآوری ها را پیدا کنند. البته باید بدانیم که وقتی حرف از استارت آپ ها می زنیم، بیشتر یک جریان ترویجی و فرهنگی است و طبیعتا توقعی هم که از آن داریم، همین است. اما بین این ها ایده هایی هم وجود دارد که در مواقعی می تواند کمک کند. اما این کمک مشروط به این است که در مورد نوآوری، شرایط محیطی را در نظر بگیریم. یعنی نوآوری در این بخش، اتفاق جدیدی نیست که تاکنون در دنیا نیفتاده باشد، بلکه خیلی اوقات، وقتی حرف از نوآوری می زنیم، بدین معنی است که این اتفاق قبلا هم افتاده، ولی کسی به آن و کاربردش اهمیتی نداده و توجهی نکرده است. نوآوری اصولا این است که بتوانیم از یک ایده یا فعالیت که دارای ویژگی خاصی است، درآمد کسب کنیم. مثلا در همین بحثی که درباره فروش الکترونیکی کردیم، در حال حاضر همه شرکت های فعال در این حوزه، به یک نوع عمل نمی کنند. دلیلش هم این است که روش همه آن ها یکی نیست و بازاری را هم که هدف می گیرند، مشابه نیست. همچنین، مدل گسترش آن ها متفاوت است. مثلا «دیجی کالا» در ابتدا یک شرکت جمع و جور و کوچک بوده که رشد خیلی خوب و موفقی داشته است. ولی دلیل موفقیت این شرکت و تفاوتی که با خیلی های دیگر دارد این است که صاحبان آن، کار خود را بلدند. اما نوآوری آن ها هم مساله مهمی است.

باید به این نکته توجه کنیم که وقتی از اقتصاد دانش بنیان حرف می زنیم، فقط به مباحث تکنولوژیک و علمی نپردازیم. خیلی اوقات این ها می توانند به نوآوری در حوزه کسب و کار بسیار کمک کنند. مثال خیلی ساده تر و ملموس تر می تواند در مورد تولید و عرضه میوه باشد که در کشورمان در این بخش مشکل داریم. فاصله بین قیمت تولید کننده و مصرف کننده بیش از اندازه زیاد است. چنین روشی را می شود این جا هم به کار برد که احتمالا خوب هم جواب می دهد. ولی این مساله نیازمند افرادی فعال و علاقه مند در بخش خصوصی است که تمایل داشته باشند آن را پیگیری کنند و به نتیجه برسانند. ♦